

ПОСТАНОВЛЕНИЕ № 58

о наложении штрафа по делу № 4-05/61

об административном правонарушении

10 сентября 2015 года

г. Хабаровск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 19 августа 2015 года и материалы дела № 4-05/61 об административном правонарушении, в отношении ПАО «РОСБАНК» (ИНН 7730060164, КПП 997950001, место осуществления деятельности: г. Москва, ул. Маши Порываевой, 34) в связи с распространением ненадлежащей рекламы финансовых услуг.

Дело рассмотрено в присутствии представителя ПАО «РОСБАНК» - <...> (по доверенности).

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Хабаровским УФАС России 10 июля 2015 года отслежена наружная реклама ПАО «Росбанк», распространяемая в Хабаровске по адресам: ул. Волочаевская (ост. 19 школа); ул. Демьяна Бедного – ул. Краснодарская, следующего содержания:

- крупным шрифтом:

«Кредит наличными от 14,4%. Приближаем мечты. Росбанк 8-800-200-54-34, www.rosbank.ru societate general group».

В нижней части баннера (справа) очень мелким шрифтом (25мм) указана информация об условиях кредита.

Срок распространения рекламы с 01 по 31 июля 2015 года.

Кроме того, реклама распространялась в г. Хабаровске по адресам:

пр. 60 л. Октября – ул. Клубная;

ул. Пионерская ул. Индустриальная;

пр-60 л. Октября – Восточное шоссе АЗС «Роснефть» (призматрон);

ул. Суворова – ТЦ «Южный парк» (призматрон);

ул. Карла Маркса - ул. Синельникова;

ул. Павла Морозова – ул. Союзная;

ул. Пионерская – ул. Айвотовского;

ул. Большая - ул. Ярославская;

ул. Тихоокеанская - ул. Луначарского;

ул. Л. Толстого – Амурский бульвар;

ул. Карла Маркса - ул. Синельникова;

ул. Воронежская - ул. Охотничья.

Реклама ориентирована на неопределенный круг лиц, направлена на мотивацию потребителя рекламы на выбор услуги и на заключение кредитного договора с указанными в рекламе процентной ставкой. Реклама побуждает совершить определенные действия в отношении объекта рекламирования, а именно: вступить в конкретные правоотношения с банком по заключению договора кредита на определенных рекламой условиях.

В рекламе указывается процентная ставка по кредиту, то есть, дано одно из условий кредитного договора, влияющее на его стоимость, следовательно, реклама должна соответствовать требованиям статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктом 2 части 2 статьи 28 ФЗ «О рекламе», реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

В расход лица (заемщика), заключившего договор на предоставления кредита, включается:

оплата стоимости кредита (процент за пользование кредитом, платежи за открытие счета, ежемесячные фиксированные платежи за обслуживание счета, платежи, связанные с получением суммы кредита наличными, и другие платежи, обусловленные выдачей кредита и процессом его возврата);

оплата услуг страхования, если выдача кредита обусловлена необходимостью заключения договора страхования;

иные расходы, возникающие у заемщика в процессе исполнения кредитного

договора (необходимость нотариального заверения документов и т.п.).

Следовательно, если в рекламе услуг по предоставлению кредита указано любое из перечисленных условий, то должны быть указаны все остальные перечисленные условия, как определяющие размеры расходов заемщика по кредиту, так и влияющие на эти расходы.

В соответствии с частью 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе», если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с ФЗ «О потребительском кредите (займе)», для заемщика и влияющие на нее.

Согласно статье 6 ФЗ «О потребительском кредите (займе)» к условиям, определяющим полную стоимость кредита, отнесены:

сумма потребительского кредита (займа);

срок действия договора потребительского кредита (займа) и срок возврата потребительского кредита (займа);

проценты по договору потребительского кредита (займа);

платежи заемщика в пользу кредитора, если обязанность заемщика по таким платежам следует из условий договора потребительского кредита (займа) и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от совершения таких платежей;

плата за выпуск и обслуживание электронного средства платежа при заключении и исполнении договора потребительского кредита (займа);

платежи в пользу третьих лиц, если обязанность заемщика по уплате таких платежей следует из условий договора потребительского кредита (займа), в котором определены такие третьи лица, и (или) если выдача потребительского кредита (займа) поставлена в зависимость от заключения договора с третьим лицом;

сумма страховой премии по договору страхования в случае, если выгодоприобретателем по такому договору не является заемщик или лицо, признаваемое его близким родственником;

сумма страховой премии по договору добровольного страхования в случае, если в зависимости от заключения заемщиком договора добровольного страхования кредитором предлагаются разные условия договора потребительского кредита (займа), в том числе в части срока возврата потребительского кредита (займа) и (или) полной стоимости кредита (займа) в части процентной ставки и иных платежей.

В соответствии с пунктом 25 постановления Пленума ВАС РФ № 58 от 08.10.2012 года к условиям, влияющим на стоимость кредита, в частности, могут относиться условия о размере процентной ставки, сумме и сроке кредита, платежах и комиссиях по кредитным операциям, а также о дополнительных расходах заемщика, связанных с получением кредита (по страхованию рисков, в том числе жизни, здоровья потенциального заемщика, нотариальному заверению документов, предоставлению обеспечения по кредитному договору, оценке имущества, передаваемого в залог, и др.).

В рекламе крупно указывается процентная ставка по кредиту.

Указанную в рекламе процентную ставку от 14,40% можно получить при наличии страхования жизни и здоровья заемщика:

- без обеспечения - корпоративным клиентам 1 гр. при сумме кредита 30 000 - 3 000 000 рублей, сроке кредита 6-12 месяцев со страхованием жизни и здоровья заемщика,
- с обеспечением (поручительство физического лица или залоге транспортного средства) – корпоративным клиентам 2 гр., сотрудникам и руководителям финансово-устойчивого предприятия /бюджетного предприятия, добросовестным заемщикам при сумме кредита 30 000 - 3 000 000 рублей, сроке кредита 6-12 месяцев
- без страхования жизни и здоровья Заемщика процентная ставка от 14,40% при наличии обеспечения только для корпоративных клиентов.

В иных случаях процентная ставка до 29,9% годовых.

Информации в рекламе об увеличении процентной ставке при отсутствии страхования не имеется.

На основании изложенного следует, что информация об указанных условиях должна доводиться до потребителей рекламы наряду с другими условиями, так как она может существенно изменить стоимость кредита и повлиять на сумму расходов заемщика по кредиту.

Отсутствие в рекламе информации об условиях кредитного договора, влияющих на полную стоимость кредита для заемщика, вводит в заблуждение относительно стоимости товара

(кредитного договора), что является нарушением части 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 7 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В рекламе дано часть условий, влияющих на сумму расходов. Информация об указанных условиях формально присутствует в рекламе. Однако данные сведения выполнены столь мелким по сравнению с основным рекламным текстом шрифтом, что делает невозможным их восприятие и вводит потребителя в заблуждение относительно условий по рекламируемому кредиту. Для

пассажиров и водителей движущегося транспорта время считывания рекламной информации ограничено и, следовательно, информация, нанесенная на баннер мелким шрифтом, также недоступна для восприятия.

Учитывая, что рекламные щиты расположены в оживленных местах, на пересечении городских улиц, размещенная на них информация должна быть краткой. Это обусловлено тем, что большинство людей, на которых рассчитана информация находятся в движении (водители, пешеходы) и имеют лишь секунды для ее восприятия. Кроме того, щиты расположены на высоте более 3 метров (нижний край), что требует подъема головы. Поэтому для безопасности потребителей информация должна схватываться практически мгновенно. Таким критериям соответствуют только название банка («Росбанк»), и наименование кредита с процентной ставкой.

Читабельность же основного информационного блока, расположенного в правом нижнем углу, представляется крайне затруднительной. Размер букв составляет 25 мм, что недостаточно для качественного восприятия рекламы.

Кроме того, затрудняет восприятие мелкого текста и техническая особенность рекламной конструкции, представляющей призматрон. Технологические расстояния между ламелями делят слова на отдельные фрагменты, что также затрудняет прочтение текста.

Учитывая изложенное, несмотря на формальное наличие в рекламе части сведений об иных условиях кредита, влияющих на сумму расходов, помимо крупно указанной в рекламе информации о процентной ставке кредита, форма представления сведений такова, что они не воспринимаются потребителями и фактически в рекламе отсутствуют.

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Совокупность таких особенностей спорной рекламы, как ограниченное время считывания информации, объем информации, размещенной в рекламе, размер шрифта, которым написаны существенные условия получения услуги, лишают возможности потребителя получить полный текст (информацию) рекламы.

Тот факт, что существенная информация в спорной рекламе не читается, очевидно, усматривается при визуальном просмотре текста рекламы.

Поскольку существенной является не только информация привлекательная для потребителей (написанная крупным шрифтом), но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей рекламы банковских услуг, отсутствие каких-либо сведений, в том числе и доступных, об условиях кредита, может привести к искажению смысла рекламы и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемой банковской услугой, так как данная информация сложно воспринимаема или вообще недоступна для потребителей.

В нарушение требований приведенных выше норм законов указанные условия, являющиеся существенной информацией для потенциальных потребителей, в рекламе не указаны.

Данные обстоятельства указывают на то, что у потребителей рекламы затруднена возможность прочесть и воспринять всю информацию о рекламном продукте, а, следовательно, свидетельствуют о том, что, несмотря на формальное присутствие в рекламе сведений обо всех условиях оказания соответствующей услуги, фактически данные сведения в рекламе не воспринимаются, следовательно, приравниваются к их отсутствию.

Кроме того:

В соответствии с частью 1 статьи 28 ФЗ «О рекламе» реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

В рекламе присутствует наименование банка, но оно выполнено мелким шрифтом, в связи с чем, является недоступным для восприятия.

Таким образом, реклама кредита ПАО «Росбанк», распространявшаяся наружными средствами, противоречит части 7 статьи 5, части 1, пункту 2 части 2, части 3 статьи 28 ФЗ «О рекламе».

В процессе рассмотрения дела представитель Банка не согласилась с выявленным нарушением, пояснив, что согласно проведенным Банком исследованиям спорной рекламы, размещенной на щитах, расположенных по адресам: ул. Волочаевская (ост. 19 школа) и ул. К. Маркса – ул. Синельникова проходы к баннерам доступны и свободны, информация о полной стоимости кредита указана читаемым шрифтом, позволяющим прочитать текст с расстояния 10 метров. Время, затраченное на прочтение всего текста, не превышает 80 секунд. Доказательством читаемости текста являются видео и фото-материалы, снятые по на месте расположения щитов с участием обычных граждан, которые смогли прочитать весь текст рекламы, в связи с чем, информация, приведенная Банком более мелким шрифтом, является доступной для прочтения, следовательно, реклама является надлежащей.

Кроме того, требования антимонопольного органа являются невыполнимыми, так как реклама предназначена для большинства людей, которые находятся в движении и имеют секунды для ее восприятия, а Банку необходимо разместить в рекламе очень большой объем информации.

Данные доводы не принимаются по следующим основаниям.

Реклама предназначена для импульсивного восприятия информации (быстрого и четкого осознания предлагаемой информации, ее понимания, уяснения без совершения действий, направленных на специальное, длительное сосредоточение внимания).

В соответствии с правовой позицией, изложенной в пункте 28 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона о рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг. Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегель), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе). При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающими специальными знаниями.

Реклама распространяется среди неопределенного круга лиц, в том числе разных возрастов, социальных групп, пола, образовательного уровня и.т.д.

Результаты проведенного опроса не могут соответствовать действительности, в связи с тем, что заявителем не объяснена репрезентативность выборки опрашиваемых.

В опросе приняли участие всего 4 человека.

Показательность выборки из 4 человек низкая и не может достоверно и полно отражать признаки генеральной совокупности (всех потребителей рекламы).

При таких обстоятельствах результаты опроса не могут служить доказательством того, что для большинства потребителей рекламы информация является читаемой, доступной для восприятия и понимания.

Учитывая установленные по делу обстоятельства, а также принимая во внимание, что применительно к рекламе финансовых услуг существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей такой рекламы, реклама банка не отвечает требованиям действующего законодательства.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований статей 5 и 28 Закона несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем, в интересах которого непосредственно распространялась рекламная кампания, является ПАО «Росбанк».

Данный факт подтверждается письмом ООО «Денцу Эйджис Си Эс» (вход от 10.08.2015 №4/7060э), соглашением № А-02/2011 от 01.01.2011 года, заключенным между ОАО АКБ «Росбанк» и ООО «Эйджис Медиа Си Эс», приложением № 132 к указанному соглашению от 28.07.2015 года; письмом ПАО «Росбанк» (вход. от 10.08.2015 № 4/7049).

На основании части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламораспространителем законодательства о рекламе (ненадлежащая реклама) влечет наложение административного штрафа.

При назначении административного наказания ПАО «Росбанк» учитывалось, что в соответствии с пунктом 2 части 1 статьи 4.3. КоАП РФ повторное совершение однородного административного правонарушения, если за совершение первого административного правонарушения лицо уже подвергалось административному наказанию, по которому не истек срок, предусмотренный статьей 4.6. КоАП РФ является обстоятельством, отягчающим административную ответственность.

Постановлением № 70 от 29.10.2014 года по делу № 4-05/83 ПАО «Росбанк»

подвергалось административному штрафу в размере 100 000 рублей за ненадлежащую рекламу финансовых услуг (вклад «150 лет надежности»).

Руководствуясь статьей 33 Федерального закона «О рекламе», статьями 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ПАО «РОСБАНК» виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

2. Применить к ПАО «РОСБАНК» меру ответственности в виде административного штрафа за ненадлежащую рекламу в размере 200 000 (двести тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Сумма штрафа, уплаченная за нарушение законодательства о рекламе, зачисляется в бюджет:

получатель УФК по Хабаровскому краю (Хабаровское УФАС России), р/с 40101810300000010001, отделение Хабаровск г. Хабаровска, БИК 040813001, ИНН 2721023142, КПП 272101001, код 161 11626000016000140, ОКТМО 08701000001.

В трехдневный срок со дня уплаты штрафа надлежит представить в Хабаровское УФАС России надлежащим образом заверенные копии платежных документов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

